

Universidad del Salvador

**Facultad de Ciencias de la Educación
y de la Comunicación**

Licenciatura en Publicidad

Trabajo Final de Licenciatura

**La telenovela argentina y su
penetración en el mercado europeo**

Alumno: Rodrigo García Acha

Director de la carrera: Lic. Eduardo Sánchez Bayona

2005

rgarciaacha@gapsa.com.ar

TE: 4826-2033

INDICE

INDICE pag. 01 a 02

INTRODUCCION pag. 03 a 05

CAPITULO I pag. 06 a 20

Telenovela como género pag. 06 a 13

Temática de las Telenovelas pag. 14 a 17

Audiencias de las Telenovelas pag. 18 a 20

CAPITULO II pag. 21 a 34

Historia de la Telenovela pag. 21

Características comunes pag. 22 a 24

Producción pag. 24 a 28

Características nacionales de producción pag. 28 a 34

CAPITULO III pag. 35 a 66

Transnacionalización de la industria de la telenovela pag. 35 a 38

Telenovela sin fronteras pag. 38 a 40

El mercado mundial de las telenovelas pag. 40 a 44

La industria de la telenovela en Latinoamérica pag. 44 a 47

Telenovelas argentinas for export pag. 48 a 51

El idioma en la exportacion de telenovelas pag. 51 a 55

Idioma nacional: “argentino” pag. 56 a 58



Políticas de comunicación y cultura de la unión europea pag. 59 a 61

Europa del este, fanática de la telenovela pag. 61 a 66

CONCLUSION FINAL pag. 67 a 69

BIBLIOGRAFIA pag. 70 a 75



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCION

Telenovela, teleteatro, culebrón, soap opera, melodrama televisivo o tira son algunos de los nombres con que la sociedad reconoce una serie de textos narrativos audiovisuales. Los consume, critica, clasifica, comenta y hasta parodia a partir de la aceptación de una serie de características comunes que permiten distinguirlos de otros textos de ficción como los programas de humor o diferentes tipos de comedias y dramas televisivos.

La telenovela es un género de la industria cultural, que, como tal, está cruzado y tramado por tres instancias: su producción industrial, su textualidad y las expectativas de las audiencias. Para la industria, el concepto de género es necesario porque determina cómo hacer un producto, qué contar, cómo contarlo. El texto tiene sus convenciones genéricas, sus formalizaciones, sus límites. Y las audiencias, cuando ven un título, saben de qué género se trata y esperan algo de éste de acuerdo con lo que el texto les propone.

Las telenovelas constituyen un buen ejemplo de cómo los géneros pueden enriquecerse unos a otros y cómo puede modificar elementos característicos y diferenciales. Así es como a la telenovela se la produce hace más de 40 años y, aunque cuente “siempre la misma historia de amor”, puede contarla de muchas maneras.

A lo largo de una tradición que coincide casi con la historia de la televisión latinoamericana, la telenovela varió sus formas de producción (de humildes transmisiones en vivo realizadas con escasos recursos a superproducciones internacionales), su lugar en la programación, su prestigio social y, a la vez, su envergadura como producto industrial.

La telenovela es un género clave en América Latina, ya que es el de mayor éxito entre las audiencias, el que se vende al exterior, el soporte dinámico de toda la industria televisiva. A su alrededor giran variedad de aspectos, tales como sistemas de producción industrial y textual del género, sus modalidades de comercialización y circulación, su ingreso en mercados internacionales.

Para ello sigue el itinerario, desde los comienzos, de la producción de la telenovela y de la ficción seriada en países donde ha tenido una importancia fundamental: México, Venezuela, Brasil y la Argentina, que hoy exportan telenovelas a casi todo el mundo.

Es un recorrido que, desde las formas casi artesanales en que se hacían telenovelas en las etapas iniciales hasta las superproducciones actuales, se caracterizó siempre por la circulación de guiones o video tapes, figuras protagónicas y remakes.

El hecho de que decenas de millones de personas alrededor del mundo miren telenovelas o formatos cercanos a ellas habla de una expansión en el consumo. La repercusión de este género en los mercados del mundo y en especial el europeo, no ha sido y no es sencillo de concretar.

Las barreras idiomáticas y tecnológicas, el localismo de sus historias y personajes han debido adaptarse a lo largo de estos últimos años a una idiosincrasia más universal sin perder “ese” toque tan especial del culebrón latinoamericano.

Este trabajo intenta analizar todos los aspectos referidos a la transnacionalización de la telenovela argentina y latinoamericana para su penetración en los mercados europeos con el fin de no sólo tener una gran importancia comercial e industrial sino una significación cultural y social.

Hipótesis: “La telenovela argentina no logra penetrar al mercado europeo debido al falso costumbrismo de sus personajes”.

CAPITULO I

TELENOVELA COMO GENERO

Se denomina telenovela a una serie de textos narrativos audiovisuales que reúnen una serie de características que hacen posible distinguirlos de otros textos de ficción de la programación televisiva.

La telenovela forma parte de la dinámica cultural de una sociedad y tiene una finalidad mediática porque funciona dentro de un sistema productivo concreto, atiende a las lógicas del consumo y reproduce al mismo tiempo esquemas culturales.

Este género utiliza las diferentes expresiones de la cultura como: la música, el teatro popular, la religiosidad y la vida cotidiana de sus personajes para establecer procesos comunicacionales y generar diferentes lecturas por las audiencias. Por eso, estos productos audiovisuales mezclan y colocan en la escena no sólo lo que las masas producen sino también lo que éstas consumen.

Es decir, relacionan la cultura popular con diferentes espacios y tiempos, y establecen una socialización en la cual, las relaciones de parentesco, de

vecindad y de amistad, con sus limitaciones y diferencias, se insertan en el mundo familiar del televidente.

La telenovela muestra una serie de relatos cuya base es el melodrama e instala una nueva estética basada más en los imaginarios populares que en la concepción artística o expresiva de sus productos. La finalidad de estos relatos consiste en el reconocimiento de una identidad que a veces es negada, ocultada o avasallada temporariamente, y que se recupera en el desenlace de los relatos, que, a criterio de Martín Barbero, es allí donde opera el sentido de la reparación justiciera del melodrama, ya que tiene que ser reconocido públicamente.

Es importante destacar que el melodrama constituyó un espectáculo popular que es mucho menos y mucho más que el teatro. Su origen se ubica en 1790 en Francia e Inglaterra y está relacionado con los espectáculos de ferias, así como con temas de relatos de la literatura oral en los que destacan cuentos de miedo, misterio y relatos de terror.

Su intencionalidad consiste en plasmar acciones y pasiones en lugar de palabras para llegar a un público no lector y esta característica es la que lo ubica en el ámbito de la cultura popular y, al mismo tiempo, permite desarrollar un proceso que conduce de lo popular a lo masivo.